



GIOVANI SI



Regione Toscana



Avviso di selezione per l'ammissione al Corso di Istruzione Tecnica Superiore:

DESTINATION MANAGER – PIANIFICARE E PROMUOVERE LO SVILUPPO TURISTICO LOCALE

Area Tecnologica: Tecnologie Innovative per i Beni e le Attività Culturali -Turismo

Ambito: Turismo e attività culturali.

Figura Nazionale: **Tecnico Superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali** (Ambito 5 Turismo e attività culturali - Figura 5.1.1 dell'allegato E - Decreto Interministeriale 05/02/2013) - Biennio 2020 – 2022.

Corso cofinanziato con Decreto Dirigenziale Regione Toscana n. 6156, POR FSE 2014-2020, ASSE A Occupazione, ed inserito nell'ambito di Giovanisi (www.giovanisi.it), il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani.

La Fondazione **Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali (ITS TAB)** indice un avviso per l'ammissione al corso di Istruzione Tecnica Superiore "DESTINATION MANAGER – Pianificare e promuovere lo sviluppo turistico locale" rivolto a **n. 25 allievi in possesso di diploma di istruzione secondaria di II grado.**

Il corso intende formare Tecnici Superiori con conoscenze e competenze altamente specialistiche, con un elevato livello professionale, nell'Area delle Tecnologie Innovative per le Attività culturali e il turismo, per consentire loro un efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale e internazionale.

Art. 1 - Destinatari e requisiti di ammissione

Il corso è rivolto a 25 allievi, di età compresa tra i 18 e i 30 anni (non compiuti alla data di scadenza dell'avviso), che:

- siano in possesso di un diploma di scuola superiore di tipo tecnico, coerente con l'area tecnologica di riferimento del corso **oppure** di un qualsiasi altro diploma di istruzione secondaria superiore purché il candidato disponga di conoscenze e attitudini che permettono un'efficace partecipazione al corso; **oppure** abbiano frequentato un percorso quadriennale di Istruzione e Formazione tecnica Professionale (IeFP) integrato da un percorso Istruzione e Formazione tecnica Superiore (IFTS) della durata di un anno.
- siano in possesso di buone competenze nell'uso della lingua inglese e dell'informatica.

Art. 2 - Profilo professionale e sbocchi occupazionali

Il progetto "Pianificare e promuovere lo sviluppo turistico locale" si inserisce nel contesto economico e produttivo della regione toscana con l'obiettivo di contribuire a valorizzarne le eccellenze, sviluppare gli Ambiti Turistici Territoriali e gli elementi di attrazione meno conosciuti, promuovere l'attività economica delle imprese locali. Intende formare figure altamente qualificate per lo svolgimento delle attività di pianificazione, promozione e gestione dello sviluppo turistico di imprese ed aree a specifica vocazione.

Il Tecnico formato esercita attività di progettazione, animazione e promozione negli ambiti territoriali specifici della Regione Toscana, con particolare riferimento all'integrazione fra i sistemi turistici locali e le eccellenze agro – alimentari, enogastronomiche e artigianali del territorio.

Ciò implica una profonda conoscenza dei caratteri originali del territorio in cui opera, la capacità di individuare i punti di forza su cui intervenire con le attività di animazione, gli eventi, le manifestazioni, la capacità di operare una segmentazione dei mercati e dei target, di sviluppare le strategie di comunicazione più efficaci anche tramite web.

In considerazione delle caratteristiche strutturali dell'offerta turistico – ricettiva – artigianale ed artistica locale, ricca di risorse in contesti importanti, il **Destination Manager** saprà selezionare, progettare e promuovere eventi e iniziative capaci di esaltarne i caratteri presso mercati nazionali ed internazionali, con l'attenzione dovuta alle esigenze di sostenibilità e compatibilità ambientale.

Coordina e gestisce le fasi del processo di progettazione e realizzazione dello sviluppo locale, cura i rapporti con gli stakeholder pubblici e privati di settore.

Utilizza gli strumenti di business plan e controllo economico finanziario per una corretta gestione del budget disponibile.

Cura le relazioni con l'utenza finale in un'ottica di promozione delle iniziative e soddisfazione del cliente, valorizzando nell'esercizio delle proprie funzioni e nei diversi contesti di operatività, in particolare nelle attività di comunicazione e pubblicizzazione, le potenzialità dei diversi domini tecnologici (Internet of Things, Internet of Service, Participatory Sensing, Information extraction/retrieval, Semantic Indexing, Architetture e Data Mining per BIG DATA), e sostenendo la penetrazione delle diverse applicazioni nelle organizzazioni lavorative di riferimento.

Il Destination Manager analizza i dati sulla domanda con riferimento a tendenze e gusti, interpreta gli scostamenti dell'offerta in funzione di una programmazione aziendale e territoriale, effettua rielaborazioni su basi dati reperite e statistiche, elabora questionari di rilevazione dedicati alla realizzazione di indagini field, per la predisposizione di piani di sviluppo territoriale integrati mediante l'utilizzo del valore aggiunto indotto dalle eccellenze vocazionali del territorio.

In azienda, il diplomato si inserisce prevalentemente:

- presso gli Ambiti territoriali specifici della regione toscana con funzioni di progettazione e organizzazione dello sviluppo locale;
- presso DMC (Destination Management Company,), PCO (Professional Congress Organizer), Convention Bureau, Tour Operator Ricettivisti, Consorzi territoriali, Ambiti turistici specifici regionali, Comuni della Toscana impegnati nella valorizzazione dei rispettivi Ambiti di appartenenza, Organizzazioni di Eventi con funzioni organizzative, promozionali e gestionali.

Può operare altresì in qualità di imprenditore, professionista o lavoratore autonomo, nei settori marketing e pianificazione territoriale.

Art. 3 - Competenze tecniche in esito al percorso

I partecipanti che concluderanno con esito positivo il percorso formativo saranno in grado di:

- Reperire ed utilizzare dati e fonti statistiche allo scopo di effettuare analisi e rielaborazioni degli stessi;
- Analizzare dati sulla domanda, interpretando gli scostamenti dell'offerta e della domanda in funzione previsionale di tendenze e gusti;

- Effettuare rielaborazioni di base e correlazioni statistiche allo scopo di analizzare e prevedere le tendenze di mercato in funzione della programmazione aziendale e territoriale;
- Analizzare le vendite generali e settoriali al fine di impostare una corretta strategia aziendale;
- Analizzare il territorio in base alla sua articolazione in sistemi integrati ed alla segmentazione di prodotti e risorse:
- Utilizzare le caratteristiche vocazionali del territorio ai fini del suo sviluppo della sua crescita economica;
- Strutturare piani di sviluppo territoriale integrati mediante l'utilizzo del valore aggiunto indotto dalle eccellenze vocazionali;
- Predisporre un piano di sviluppo aziendale e territoriale facendo leva sull'integrazione di risorse e filiere;
- Individuare e promuovere le eccellenze culturali, ambientali, naturali e paesaggistiche di un ambito turistico ai fini della crescita economica territoriale ed aziendale;
- Elaborare strategie di sviluppo integrato di ambiti turisticamente omogenei in conformità con gli indirizzi di sviluppo aziendali e regionali;
- Valorizzare l'offerta turistica territoriale individuandone gli elementi di eccellenza, le sue vocazioni specifiche ed originali allo scopo di migliorarne l'immagine sui mercati;
- Trarre spunto dalle vocazioni territoriali per sviluppare la qualità dell'accoglienza restituendo agli ospiti servizi di informazione;
- Utilizzare le norme della legislazione regionale in materia di turismo, beni culturali ed ambiente per valorizzarne le caratteristiche intrinseche e le eccellenze;
- Utilizzare le vocazioni territoriali per declinare piani di sviluppo economico ed occupazionale;
- Adottare misure sulla sicurezza e sulla compatibilità ambientale nella pianificazione dello sviluppo territoriale;
- Analizzare l'offerta territoriale utilizzando fonti documentarie e storiche allo scopo di sviluppare progetti di avviamento e sviluppo d'impresa e di sviluppo territoriale;
- Valorizzare l'integrazione fra operatori della ricettività e Tour Operator ricettivisti;
- Identificare gli elementi di forza delle risorse territoriali ai fini del loro sviluppo e della gestione della reputazione aziendale e territoriale;
- Implementare l'immagine territoriale attraverso azioni e strategie di marketing integrato ed emozionale capaci di restituire fidelizzazione della clientela ospite;
- Diffondere presso gli operatori locali la cultura dell'accoglienza, della gestione delle pubbliche relazioni per far crescere e diffondere l'immagine di aziende e territori;
- Migliorare l'immagine territoriale attraverso la creazione e lo sviluppo di Eventi collegati alle vocazioni territoriali specifiche;
- Migliorare l'immagine aziendale e territoriale attraverso l'utilizzo del Web e dei social Media;
- Identificare gli interlocutori funzionali allo sviluppo turistico territoriale ed aziendale sapendone individuare il rispettivo contributo specifico alla crescita territoriale;
- Relazionare con il sistema ricettivo, della ristorazione, dei servizi locali allo scopo di fornire un'offerta integrata collegata al suo sviluppo, alla sua immagine, alla sua valorizzazione;
- Integrare, con approccio sistemico le risorse dell'ambito per sviluppare piani funzionali alla loro valorizzazione, commercializzazione e promozione;

- Integrare le risorse culturali, storiche ed artistiche allo scopo di promuoverne l'originalità, la tipicità e l'eccellenza;
- Interagire con gli attori locali in una logica di integrazione orizzontale e verticale, sapersi relazionare gli Enti pubblici, in particolare quelli deputati allo sviluppo del sistema di promozione locale;
- Relazionarsi con il sistema museale locale allo scopo di valorizzare le risorse artistiche ed architettoniche dell'ambito;
- Interagire con gli operatori turistici locali per sviluppare sinergie finalizzate allo sviluppo dell'accoglienza e della qualità dei servizi del territorio;
- Garantire nell'ambito turistico il rispetto delle norme della sicurezza e igienico sanitarie in tutte le prestazioni di servizi agli ospiti;
- Utilizzare e diffondere l'uso della lingua inglese nelle relazioni con gli ospiti dell'impresa e del territorio;
- Utilizzare le fonti statistiche e di indagine per pianificare azioni di marketing territoriale individuando strategie e piani di sviluppo compatibili con lo sviluppo ambientale e sostenibili sotto il profilo eco-sistemico;
- Utilizzare gli strumenti del budgeting di investimenti e del fundraising per sviluppare iniziative mirate allo sviluppo territoriale ed aziendale;
- Gestire l'accoglienza nell'ambito dell'Evento;
- Sviluppare la cultura dell'accoglienza presso tutti gli attori del territorio, gestendo i flussi con logiche di programmazione;
- Sviluppare piani di promozione attraverso l'utilizzo del Web;
- Utilizzare le strategie di Industria 4.0, in particolare i Big Data, allo scopo di promuovere lo sviluppo territoriale;
- Elaborare Piani di sviluppo strategici ed operativi tanto in ambito territoriale che in ambito aziendale per promuovere la destinazione turistica;
- Attuare le strategie del marketing mix applicandole al territorio e all'impresa con la funzione di pianificare vendite e sviluppo;
- Promuovere il territorio mediante l'utilizzo di tecniche e strategie di marketing emozionale e neuro marketing funzionali alla fidelizzazione della clientela e al suo legame con l'ambito territoriale specifico;
- Utilizzare le strategie di revenue management nei processi di vendita sapendo diffondere fra gli attori del territorio la cultura della pianificazione delle strategie di prezzo;
- Attuare strategie di digital marketing mediante utilizzo del Web e delle strumentazioni digitali (tablet, smatphone) allo scopo di promuovere le vendite e la destinazione turistica;
- Utilizzare le strumentazioni di geo – localizzazione allo scopo di digitalizzare le risorse promuovendole mediante i software di local marketing;
- Utilizzare le tecniche di targettizzazione della clientela, sapendo creare cluster funzionali ad una promozione web specifica e personalizzata;
- Sviluppare il Piano di Sviluppo territoriale in un'ottica di sinergia organizzativa e promozionale fra operatori e stakeholder locali;
- Gestire l'immagine aziendale e territoriale utilizzando il sistema delle OTA (Online Travel Agency) e i siti di Metaresearch;
- Definire gli standard di misurazione della qualità percepita dalla clientela sia in ambito aziendale che territoriale con lo scopo del miglioramento continuo e costante dell'offerta;

- Utilizzare tecniche di misurazione della soddisfazione del cliente sapendo distinguere la qualità percepita da quella attesa;
- Applicare le norme principali relative ai Marchi di qualità europei, aziendali e territoriali con lo scopo di selezionare l'adesione a certificazioni locali, regionali, nazionali ed europee;
- Elaborare e pubblicizzare report di valutazione della reputation dell'azienda e del territorio.

I diplomati acquisiscono anche competenze di carattere più generale e trasversale, di tipo linguistico, comunicativo e relazionale, giuridico ed economico, organizzativo e gestionale utili per un rapido e più efficace inserimento occupazionale.

Art. 4 - Percorso didattico

Il percorso didattico sarà strutturato in 4 Semestri per un totale di circa **2000 ore tra lezioni frontali, attività laboratoriali e stage**. Le attività formative si svolgeranno dal lunedì al venerdì con moduli didattici della durata giornaliera compresa tra 4 e 8 ore.

Il percorso didattico sarà strutturato in **4 semestralità** come di seguito sintetizzato:

PRIMO SEMESTRE	ORE		440
COMPETENZE CHIAVE E TRASVERSALI			
Ambito linguistico-comunicativo e relazionale	170		
Lingua Inglese Professionale (Livello B2)	120		
Strategie di comunicazione e pubbliche relazioni (IN LINGUA INGLESE)	20		
Controllo di efficacia e soddisfazione del cliente (IN LINGUA INGLESE)	30		
Ambito Giuridico ed economico	110		
Legislazione del settore	20		
Legislazione del lavoro e della sicurezza Pari opportunità e politiche di genere e tutela della maternità-paternità	20		
Igiene, prevenzione e cultura della salute sui luoghi di lavoro	30		
Contabilità aziendale, Budgeting e Strategie di prezzo	40		
Ambito organizzativo e gestionale	60		
Qualità, processi e tecniche di valutazione dei risultati	20		
Organizzazione territoriale e ambiti turistici di destinazione	20		
Sviluppo territoriale e sostenibilità ambientale	20		
Ambito scientifico e tecnologico	100		
Strategie e tecniche di web marketing aziendale e territoriale	50		
Le strategie Industria 4.0	50		
TOTALE			440

SECONDO SEMESTRE	ORE		420
CONOSCENZE, COMPETENZE ED ABILITA' TECNICO - PROFESSIONALI			
Tecniche di Pianificazione dello sviluppo	420		
Storia e caratteri del territorio e del paesaggio regionale	120		
Analisi ed evoluzione del sistema turistico locale e regionale	40		
Metodologie di ricerca	40		
Elementi di analisi statistica	40		
Ambiti Turistici locali e Politiche di integrazione	20		
Sponsoring e fund raising	20		
Project Work: Pianificare lo sviluppo territoriale	140		
TOTALE			420

TERZO SEMESTRE	ORE		560
Promuovere la Destinazione e il Prodotto turistico omogeneo	230		
Marketing strategico ed operativo	20		
Neuromarketing, Web e Social Media Marketing	60		
Tecniche di Revenue Management	30		
Geo - localizzazione, Marketing territoriale e Web Promotion	50		
Project Work: Gestione e promozione della destinazione e del Prodotto turistico omogeneo	70		
Autoimprenditorialità e lavoro autonomo	50		
STAGE	280		
TOTALE			560

QUARTO SEMESTRE	ORE		580
Promuovere la Destinazione e il Prodotto turistico omogeneo	60		
Project Work collegato all'esame e alla diffusione: Gestione e promozione della destinazione e del Prodotto turistico omogeneo	60		
STAGE	520		520
TOTALE			580

SINTESI PERCORSO FORMATIVO	Aula/Laboratorio	Stage
PRIMO SEMESTRE	440	
SECONDO SEMESTRE	420	
TERZO SEMESTRE	280	280
QUARTO SEMESTRE	60	520
TOTALE	1200	800

Le attività di stage saranno realizzate per 800 ore (40% del monte ore complessivo) presso aziende del settore. I partecipanti al corso potranno realizzare una parte del tirocinio in aziende di altre regioni o europee. Il tirocinio all'estero è volontario e comunque vincolato all'ottenimento di specifiche borse di studio da parte del programma Erasmus+.

Tutti gli ambiti disciplinari si svolgeranno in massima parte in laboratori tecnologici appositamente attrezzati, in particolare presso il LAB – TAB, Laboratorio tecnologico della Fondazione ITS TAB istituito presso la sede dell'ITT Marco Polo di Firenze.

Il corso si avvarrà di docenti qualificati che, per oltre il 90% del monte ore del corso, proverranno dal mondo del lavoro e delle professioni con esperienza specifica di almeno 5 anni. Saranno inoltre coinvolti docenti provenienti dall'Università, dai Centri di Ricerca e dalla Formazione tecnica e professionale.

Completeranno il percorso attività seminariali, testimonianze di protagonisti del settore e visite didattiche a fiere, manifestazioni, aziende di particolare interesse.

La frequenza alle attività didattiche e allo stage è obbligatoria: un numero di assenze pari o superiore al 20% delle ore totali determina l'esclusione dal corso.

Art. 5 - Diploma e certificazione finale

Sono ammessi all'esame finale gli studenti che avranno frequentato il percorso per almeno l'80% dell'attività formativa, valutati positivamente dai docenti dei percorsi medesimi e dal tutor aziendale, a conclusione delle

attività formative e degli stage.

Al termine del percorso è previsto un esame finale, al superamento del quale viene rilasciato un diploma relativo alla figura nazionale di riferimento di **“Tecnico Superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali”**.

Il diploma conseguito corrisponde al **V livello** del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (EQF) e costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi dell'articolo 5, comma 7, del D.P.C.M 25 gennaio 2008.

I diplomati che vorranno proseguire gli studi presso l'Università di Firenze - Corso di Laurea in Economia e Commercio potranno usufruire anche di alcuni crediti formativi.

Art. 6- Sede di svolgimento

Il corso si terrà principalmente presso **la sede dell'Istituto Tecnico per il Turismo Marco Polo, Via di San Bartolo a Cintoia 19/A – Firenze (FI)**. La sede potrà variare per esigenze legate alla gestione dell'emergenza COVID. Parte delle attività potranno tenersi presso la sede del **Centro Studi Turistici di Firenze** e occasionalmente presso strutture di interesse didattico o scientifico situate altrove. Gli stage potranno svolgersi in aziende dislocate in ogni parte del territorio regionale, nazionale e/o europeo come specificato nel precedente Art. 4.

Art. 7 - Periodo di realizzazione

Il corso prenderà avvio entro il 30 Ottobre 2020 e terminerà presumibilmente entro il mese di Settembre 2022, per una durata complessiva di 2000 ore. La data effettiva di avvio del corso sarà comunicata tramite il sito internet della Fondazione.

L'avvio del corso è vincolato al raggiungimento del numero minimo di 25 partecipanti.

Con esclusione dei periodi di interruzione delle attività didattiche per festività, vacanze estive e invernali o per consentire la preparazione di esami e prove di verifica, l'attività formativa sarà articolata di norma in cinque giorni settimanali. Durante i periodi di tirocinio o di stage l'orario sarà quello dell'azienda presso la quale si svolge l'attività.

Art. 8 – Termini e modalità di iscrizione

L'ammissione alla selezione di partecipazione al corso ITS **“DESTINATION MANAGER - Pianificare e promuovere lo sviluppo turistico locale”** è subordinata alla presentazione di:

1. domanda di ammissione redatta sull'apposito modulo (allegato A del presente bando) reperibile sul sito web di ITS TAB (www.fondazionetab.it);
2. copia fronte/retro di un documento di identità e copia del Codice Fiscale;
3. copia del diploma di Scuola Secondaria di Secondo grado con relativa valutazione o attestazione sostitutiva di diploma rilasciato dall'Istituto Scolastico (se il diploma fosse momentaneamente indisponibile è possibile effettuare una dichiarazione sostitutiva di certificazione secondo il modello allegato);
4. copia del curriculum vitae firmato formato Europass (<http://europass.cedefop.europa.eu/>) comprensivo dell'autorizzazione al trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 “Codice in materia di protezione dei dati personali” e dell'art. 13 del GDPR (Regolamento UE 2016/679).

La domanda firmata dovrà essere inviata secondo una delle seguenti modalità:

- **mediante l'invio di una mail o di una pec** agli indirizzi: info@fondazionetab.it; itstab@pec.it. I documenti dovranno essere scansionati e inviati come allegati al messaggio di posta elettronica/pec. Il messaggio

dovrà contenere il cognome e il nome del candidato e avere il seguente oggetto: “Domanda di Partecipazione al bando di selezione del corso ITS “DESTINATION MANAGER”

- **a mezzo raccomandata A/R** all'indirizzo sottoindicato della Fondazione TAB, e in tal caso farà fede il timbro di spedizione;
- **consegnata a mano** presso la sede della fondazione TAB, via del Capaccio, 1 50123, Firenze nei giorni lunedì, mercoledì e venerdì ore 8:30-13:30; martedì e giovedì ore 8:30-16:00.

In caso di raccomandata o consegna a mano i documenti dovranno essere contenuti in busta chiusa indirizzata **Al Presidente della Fondazione Istituto Tecnico Superiore Turismo, Arte e Beni Culturali – Via del Capaccio 1 - 50123 Firenze**. La busta dovrà avere come mittente il cognome e il nome del candidato e recare la dizione: “Domanda di Partecipazione al bando di selezione del corso ITS DESTINATION MANAGER”

Le domande dovranno pervenire inderogabilmente alla Fondazione ITS TAB **entro e non oltre le ore 13:00 del giorno venerdì 2 ottobre 2020**. Quelle pervenute dopo tale termine non saranno ammesse alla selezione per la partecipazione al corso.

Art. 9 - Verifica dei requisiti

Coloro che presentano la domanda di ammissione con le modalità sopra descritte, in possesso dei requisiti previsti dal presente bando, saranno ammessi alle prove di selezione per l'ammissione al corso. La prova di selezione verrà effettuata in caso di superamento delle domande pari al 20% dei posti disponibili (oltre 30 domande pervenute).

L'elenco degli ammessi alle prove di selezione sarà pubblicato sul sito web della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it)

La selezione sarà effettuata come segue:

1. una **prova scritta** finalizzata ad accertare:
 - le conoscenze tecniche e tecnologiche dell'area e dell'ambito a cui l'ITS afferisce;
 - le conoscenze di lingua inglese e di informatica;
2. un **colloquio** individuale che accerti le motivazioni, attitudini e conoscenze dei candidati;

La graduatoria sarà formata sulla base dei punteggi attribuiti dalla Commissione esaminatrice su titoli, conoscenze e motivazioni.

Ai fini della valutazione dei titoli i candidati potranno presentare eventuali certificazioni che attestino il possesso di competenze (solo a titolo di esempio: certificati QCER, ECDL etc.). Uno specifico punteggio viene assegnato alla votazione del diploma di istruzione secondaria superiore e al diploma Tecnico e Professionale ad indirizzo turistico, alberghiero, commerciale e linguistico. L'eventuale titolo di laurea non costituisce fattore di preferenza e non viene valutato in sede di selezione.

I candidati sono tenuti a presentarsi alla selezione muniti di documento di riconoscimento in corso di validità.

Le prove di selezione si terranno i giorni 12,13,14 ottobre 2020 presso l'ITT “Marco Polo”, Via di San Bartolo a Cintoia 19/A – Firenze (FI), secondo il calendario redatto e pubblicato sul sito web della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it). La sede potrà variare per esigenze legate alla gestione dell'emergenza COVID.

La selezione determinerà una graduatoria di merito e l'ammissione dei primi 25 candidati idonei.

La graduatoria sarà pubblicata sul sito internet della Fondazione ITS TAB: (www.fondazionetab.it) . I candidati idonei in posizione successiva al n. 25 potranno essere successivamente contattati per la partecipazione al corso in caso di rinunce e/o ritiri.

Su richiesta dei candidati ammessi al corso saranno valutati dal Comitato Tecnico Scientifico, costituito nell'ambito del Progetto, i crediti formativi. In caso di valutazione positiva, gli stessi saranno riconosciuti come

ore formative. Il richiedente sarà esonerato dalla frequenza su specifica/che Unità formativa/e, coerenti con le conoscenze e competenze acquisite in altri contesti formali e informali (purché verificabili).

Art. 10 – Quota di partecipazione e agevolazioni

I candidati ammessi al percorso ITS, a seguito della selezione, dovranno versare una quota complessiva di € **1.000,00** a titolo di contributo per le spese di materiale didattico e di consumo (fotocopie, dispositivi individuali di protezione, visite didattiche ecc..). Le modalità di versamento verranno comunicate prima dell'inizio delle attività formative dalla Fondazione TAB. Per gli allievi che risiedono a più di 50 km di distanza dalla sede del corso sono previsti contributi per le spese di vitto e alloggio.

Art. 11 - Esclusioni

Saranno esclusi dall'accesso alla procedura di selezione i candidati non in possesso dei requisiti previsti dal presente bando, che dovranno essere posseduti alla data di scadenza del medesimo.

Art. 12 – Tutela della riservatezza dei dati personali

Tutti i dati raccolti in occasione dell'espletamento del presente avviso saranno trattati dalla Fondazione TAB, per i propri fini istituzionali, nel rispetto del Regolamento UE 2016/679, normativa nazionale e regionale vigente nonché del D.Lgs. n. 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e ss.mm.ii.

I dati personali forniti dai candidati, obbligatori per le finalità relative all'espletamento della selezione, saranno trattati sia con mezzi informatici che cartacei da TAB in conformità alle disposizioni contenute nella predetta legge ed esclusivamente per l'ammissione al corso e di tutte le attività connesse all'eventuale prosecuzione del rapporto.

I dati personali quali nome, cognome luogo e data di nascita dei candidati, potranno, per motivi di trasparenza, comparire sul sito web dell'ITS.

Art. 13 – Riserve

La Fondazione ITS TAB si riserva la facoltà, a proprio insindacabile giudizio e senza obbligo di darne motivazione alcuna, di prorogare, sospendere, revocare o modificare, in tutto o in parte, il presente avviso, senza che i candidati possano vantare diritti acquisiti.

Art. 14 - Ulteriori informazioni

Il presente bando è pubblicato sul sito web ufficiale della Fondazione ITS TAB (www.fondazionetab.it). Ulteriori informazioni possono essere richieste a:

Fondazione ITS TAB

Via del Capaccio, 1

50123 Firenze

Tel. 055.2616051

e-mail: info@fondazionetab.it

sito web: www.fondazionetab.it

Centro Studi Turistici

Via Piemonte 7

50145 Firenze

Tel. 055.3438720

e-mail: s.masi@cstfirenze.it; t.pieraccini@cstfirenze.it

sito web: www.centrostudituristicfirenze.it

Firenze, 6 luglio 2020

La Presidente Fondazione TAB

Sonia Nebbiai

